

Argumentaire de présentation de l'opération « ESPOIR EN TÊTE »

Le principe

"Espoir en tête" est une action coordonnée de tous les Districts de France, le même jour (cette année le mardi 23 novembre 2010), ayant pour objet de collecter des dons au profit de la FÉDÉRATION POUR LA RECHERCHE SUR LE CERVEAU (FRC) http://www.frc.asso.fr/

En contrepartie d'un don de 15 euros, il est délivré une contremarque, donnant droit à l'échange d'un billet d'entrée, pour assister à la projection en avant-première d'un film. Sur ces 15 euros, au moins 8 sont redistribués à la recherche sur le cerveau, les 7 autres (au maximum) étant destinés à rémunérer l'exploitant de la salle, le distributeur du film et les inévitables taxes.

Le but principal de notre action n'est pas d'emmener du public au cinéma, il est de collecter des dons pour la FRC, mais surtout, de faire de cette action une action de communication nationale et locale, voire de recrutement.

1 € collecté est 1 € redistribué

La gestion de l'opération

L'action, qui est devenue la première et la seule action nationale des 18 Districts de France du Rotary International, est gérée par une Association (loi de 1901) dénommée AJNR (Association pour la Journée Nationale du Rotary), dont le siège est à la Maison du Rotary, 78b route des Creuses, 74960 CRAN-GEVRIER.

Elle est constituée entre les Districts, et représentée par un conseil d'administration composé 12 Gouverneurs (4 past-Gouverneurs, 4 Gouverneurs en exercice, et 4 Gouverneurs élus).

Le Conseil d'Administration choisit le film et la date de la séance.

Les partenariats

DISNEY

Le choix du film est fait par le Conseil d'Administration, après recherche des films disponibles à la période voulue, et examen de la qualité des partenariats possibles.

Cette année encore, le partenariat avec DISNEY a été maintenu, d'une part, parce qu'aucun film n'était prévu pour une sortie dans les dates voulues par le Conseil (fin novembre), et d'autre part, parce que DISNEY a accepté de renouveler son partenariat financier sur les mêmes bases que les années précédentes.

A ce titre, le partenariat DISNEY pour la saison 5 (2009) consiste en fourniture directe d'affiches, flyers, contremarques, gestion et transport des films, frais de personnel, et prend en compte la présence de la roue Rotarienne sur les supports de communication du film, aux côtés des autres « sponsors », et ceci sur les affiches Bus, les colonnes Morris, les panneaux Decaux, etc. Disney a de plus réalisé un film-annonce "spécial Espoir en

tête", mis en ligne dès le 14 juillet de cette année.

La sortie internationale du film est prévue le 24 novembre aux États-Unis, et le 1er décembre en France.

F R C (Fédération pour la Recherche sur le Cerveau)

La FRC gère la sélection des équipes de chercheurs récipiendaires, grâce à l'action de son Conseil Scientifique. En 2009, la FRC a également organisé avec son agence de communication une conférence de presse de présentation de l'opération en octobre 2009. Nous espérons reconduire cette action en 2010. La FRC présente également tous les aspects de l'opération "Espoir en tête" sur son site internet et dans sa revue annuelle "Recherche en tête".

Le magazine "Le Rotarien"

Il nous aide dans notre communication par de fréquentes insertions dans la revue mensuelle, et il nous permet d'atteindre les Rotariens Français grâce à sa base de données. Il consacre plusieurs pages de son site internet à l'opération.

Choix de la salle – Convention

Les clubs peuvent librement choisir la salle de projection. Chaque club peut organiser une (ou plusieurs) séance (s) de cinéma. Cette année, DISNEY, comme l'année passée s'est engagé à fournir le film à un maximum de salles (agréées par lui), y compris les salles communales, et nous aurons à disposition jusqu'à 800 copies du film.

Une convention de partenariat doit être signée avec chaque gestionnaire de salle.

La communication

La communication sur l'action "Espoir en tête" est mise en place par DISNEY et la revue LE ROTARIEN, notamment pour les relations avec la presse nationale.

Nous aurons notamment à disposition des affiches et des flyers, selon les quantités qui auront été préalablement commandées. Ils seront transmis par l'intermédiaire des ADG qui seront les relais « régionaux » pour éviter des coûts de transport.

La communication locale est à l'initiative de chaque club et district. Un dossier de Presse et plusieurs autres documents sont d'ores et déjà mis à leur disposition.

Le soir de la séance, chaque Président de club est encouragé à faire une courte présentation (un canevas de mot d'accueil pour la soirée est disponible), et il est souhaitable, dans la mesure du possible de faire intervenir un « professionnel de santé » qui traitera du sujet des maladies du cerveau.

La soirée peut être introduite ou clôturée par un moment convivial.

Pour la communication de l'opération, il est conseillé d'utiliser les logos d' "Espoir en tête", disponibles sur le site internet de l'opération, ou disponibles auprès des délégués de district.

La vente des contremarques

Il faut cette année aller au-delà de nos méthodes traditionnelles de commercialisation pour réussir nos objectifs ; chaque club, sous l'impulsion de son Président et des Rotariens responsables de l'opération "Espoir en tête", doit mettre en place une action de vente à destination des Entreprises, des Municipalités, des différentes Associations locales etc… Pour ce faire rendez-vous sur le site :

www.espoir-en-tete.org

Dans la rubrique : **PROMOUVOIR L'OPERATION - MODE D'EMPLOI,**
vous trouverez tous les documents nécessaires pour présenter l'opération et argumenter.

Quels sont nos objectifs pour la saison 6 ?

100 000 contremarques vendues, et un résultat net de 1 million d'euros.

En un mot comme en cent, cela représente 4 fois l'effectif de chaque club : donnez-vous ce chiffre comme objectif !

Nous comptons sur vous !!!

Dominique Perrard
Gouverneur du District 1520
Président de l'association pour la journée nationale du rotary